

Qual a linha editorial e política dos comunicadores mais influentes nas redes sociais? Uma análise da cobertura da votação do *Impeachment* da presidenta Dilma Rousseff¹

Maíra BITTENCOURT²
César MAIA³

Universidade Federal de Rondônia, Rondônia, RO
Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, Unifesp

Resumo: Este artigo está baseado na pesquisa de campo intitulada “Mobilização Social e Líderes Midiáticos”, na qual, 601 entrevistados, distribuídos de acordo com o censo do IBGE, nas cinco regiões do país, apontaram nomes de comunicadores que influenciam suas opiniões, meios de comunicação que mais utilizam, forma de acompanhamento de conteúdos nos diferentes espaços e fidelidade ou não a esses comunicadores. Neste texto, apresentamos uma discussão sobre os conteúdos abordados pelos cinco comunicadores com maior incidência nos questionários. Fazemos uma análise da linha editorial e política seguida pelos mesmos. O recorte foi feito no período de votação, na câmara dos deputados, do *impeachment* da presidenta Dilma.

Palavras-chave: Jornalistas e *blogueiros*; *Impeachment*; Esquerda e Direta; *Grounded Theory* (GT); Política Brasileira.

Introdução

O primeiro passo, para compreensão adequada deste trabalho, é adentrarmos na metodologia utilizada e no processo de captação dos dados. Escolhemos empregar a metodologia da *Grounded Theory*⁴. Por isso, partimos a campo sem ter hipóteses fixas, conforme orienta o método. A ideia foi descobrir, através de questionários, quais tipos de comunicadores possuem maior influência na formação das opiniões do público, qual tipo de conteúdos e linha editorial desses e quais meios utilizam para se comunicar. Esta pesquisa de campo não continha apenas essas questões. Ela discorria também sobre manifestações

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Rondônia. Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Mestre em Ciências da Comunicação pela UNISINOS. Email: maira_bittencourt@hotmail.com.

³ Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP. Email: cesarpmm@hotmail.com.

⁴ No Brasil, a GT é também chamada de Teoria Fundamentada nos Dados, de Teoria Fundamentada em Dados, ou ainda, de Teoria Fundada. Mas julgamos ser mais adequada a adoção da terminologia *Grounded Theory* (GT), em inglês, como no original da criação do método, porque o termo Teoria Fundamentada (seja “em Dados” ou “nos Dados”) é justamente a tradução de uma das etapas da GT, a última etapa, na qual encontramos o resultado do processo. Fazer uma Teoria Fundamentada é fazer o produto final da aplicação metodológica da GT. Através dos processos que compõem a GT o pesquisador vai à campo, coleta os dados, codifica, estabelece categorias, interpreta, relata o processo, até que o problema seja saturado (tudo isso de forma circular, não necessariamente obedecendo essa ordem e podendo retornar ao passo anterior quantas vezes forem necessárias) e, a partir desse trabalho, emerge uma nova teoria, ou seja, o que se espera com a aplicação da GT é que nasça uma nova teoria fundada na análise do *corpus*.

sociais, tipos de convocações e plataformas utilizadas. Outras análises derivadas dela já foram ou serão expostas em outros textos. Aqui fizemos um recorte na questão da linha editorial e política adotada, na cobertura da votação do *Impeachment*, pelos cinco comunicadores com maior incidência nos questionários.

A utilização da *Grounded Theory* se tornou interessante por possibilitar uma perspectiva mais real sobre o fenômeno, pois a própria população envolvida foi quem apontou os dados sem que houvesse influências dos pesquisadores. Na prática, não houve indicação prévia de nomes de líderes, veículos de comunicação ou tipos de conteúdos veiculados. Foram montados questionários com espaços de respostas à disposição dos entrevistados, para que cada um indicasse os nomes.

Esses questionários continham diferentes tipos de perguntas e variáveis, visando captar mais informações de acordo com cada perfil de entrevistado. Dentro desses perfis, houve uma variação de 5 a 20 perguntas, sendo elas abertas e fechadas. A opção foi pela distribuição dos questionários via internet, visto que o público que se pretendia ouvir era formado justamente por internautas. Por se tratar de uma temática que tem abrangência nacional, era legítimo afirmar que o universo que deveria ser estudado seria todo o país. Para obter esses dados de forma confiável e fiel à realidade brasileira, foi preciso utilizar cálculos estatísticos de pesquisa quantitativa. Para o cálculo de amostragem, levamos em consideração os seguintes pontos: universo pesquisado, margem de erro, nível de confiança e taxa de respostas.

A margem de erro,⁵ foi definida como 4%. O nível de confiança,⁶ foi definido como 95%. As fórmulas que regem esses cálculos estão nos teoremas conhecidos como Lei dos Grandes Números. São eles que dão o suporte matemático para a média da aleatoriedade de uma população muito grande. Assim, tendo conhecimento do tamanho da população a ser estudada e dos índices, chegamos ao número de 601 questionários.

⁵ **Margem de erro:** Exemplo de cálculo de margem de erro: “por exemplo, 90% da sua amostra gosta de chiclete de uva, uma margem de erro de 5% adicionaria 5% a cada lado deste número, resultando que, na verdade, de 85% a 95% da sua amostra gosta de chiclete de uva. 5% é a margem de erro utilizada com maior frequência, mas é possível escolher qualquer valor entre 1% e 10% como margem de erro, dependendo do seu questionário. Não recomendamos elevar a margem de erro acima de 10%”. MONKEY, Survey. **Tamanho da amostra do questionário.** Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size/>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

⁶ **Nível de Confiança:** Exemplo de cálculo de nível de confiança: “Se selecionasse mais 30 amostras aleatoriamente em sua população, quantas vezes os resultados obtidos em sua primeira amostra seriam significativamente diferentes das outras 30 amostras? Um nível de confiança de 95% significa obter os mesmos resultados em 95% das vezes”. MONKEY, Survey. **Tamanho da amostra do questionário.** Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size/>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

Além dessas variáveis, foi preciso observar a distribuição por regiões. Como optamos por obter respostas de todo o território nacional, foi preciso recorrer ao Censo do IBGE para encontrar a porcentagem necessária de cada região do país. Segundo o Censo 2010, último realizado no Brasil, a população está dividida da seguinte maneira: 42,1% na região Sudeste; 27,8% na região Nordeste; 14,4% na região Sul; 8,3% na região Norte; e 7,4% na região Centro-Oeste. Essa foi a proporção de respostas utilizadas de cada região do país.

Os questionários ficaram disponíveis por seis semanas e foram distribuídos via *Facebook, e-mail, Twitter, LinkedIn e WhatsApp*. Contamos com a colaboração de uma rede de contatos para distribuição e compartilhamento em cada estado brasileiro. Após a fase de aplicações e análise do material obtido passamos para a segunda fase. Neste momento foi realizado um novo retorno a campo, no qual, um grupo focal, formado por 180 entrevistados responderam a novas perguntas. A ideia era confirmar ou refutar algumas premissas obtidas no primeiro levantamento.

Neste texto apresentamos a compilação de parte dos dados levantados com este processo e uma discussão qualitativa sobre a produção desses comunicadores. No primeiro momento mostramos quais foram os comunicadores com maior incidência entre os questionários respondidos e os meios de comunicação utilizados por eles. No segundo momento, fazemos uma análise dos tipos de conteúdos produzidos, evidenciando a linha editorial e política adotada pelos mesmos durante os período de votação do processo de *Impeachment* da presidenta Dilma na câmara dos deputados. Por fim, construímos uma reflexão sobre os indicativos que esses dados nos deixam no contexto da comunicação social em rede e da política brasileira.

Jornalistas, *blogueiros* e *Youtubers*: Quem são os comunicadores com maior incidência nos questionários

Na pesquisa empírica, foram três as perguntas que solicitaram nomes de comunicadores sendo elas: “Cite um comunicador que você acompanha via internet”, “Quais os comunicadores que mais contribuem para a divulgação e debate de temas sociais e políticos via internet”, “Qual deles influencia suas opiniões?”.

Da tabulação dessas três perguntas surgiram 354 nomes de comunicadores diferentes. O que indica que existe uma rotatividade de comunicadores de acordo com o tema ou emoção demandada. Fizemos uma compilação dos nomes apresentados, somando

as incidências das três perguntas. Ao pinçar os quinze nomes mais citados chegamos na seguinte tabela:

Tabela 1 – Quinze comunicadores com maior incidência em todas as perguntas

Ordem	Nomes	Incidência
1	Leonardo Sakamoto	113
2	Rachel Sheherazade	55
3	Ricardo Boechat	38
4	Luis Nassif	31
5	Jean Wyllys	28
6	Paulo Henrique Amorim	25
7	William Bonner	25
8	Eliane Brum	24
9	Leonardo Boff	20
10	Danilo Gentili	17
11	Reinaldo Azevedo	17
12	Marcelo Tas	15
13	Cauê Moura	14
14	Gregório Duvivier	14
15	Juca Kfourri	12

Fonte: Pesquisa Mobilização Social e Líderes Midiáticos desenvolvida pela autora.

Contrariando a hipótese que tínhamos antes de iniciar a pesquisa, de que apareceriam muitos nomes de comunicadores amadores, entre os quinze comunicadores mais indicados (na maioria) estão justamente jornalistas de profissão, onze são jornalistas. Sendo eles: Leonardo Sakamoto, Rachel Sheherazade, Ricardo Boechat, Luis Nassif, Jean Wyllys, Paulo Henrique Amorim, William Bonner, Eliane Brum, Reinaldo Azevedo, Marcelo Tas e Juca Kfourri. Apenas Leonardo Boff, Danilo Gentili, Cauê Moura e Gregório Duvivier possuem formação e atuação em outras áreas.

É interessante ver que, no espaço que não exige nenhuma legitimação da profissão e que abre possibilidades para qualquer pessoa publicar, o que ainda ganha destaque é a produção de profissionais. É um contraponto interessante ao discurso massivo sobre a extinção do jornalismo.

Por outro lado, o que vemos é que muitos desses jornalistas conseguem se tornar populares e influentes na rede por terem adotado um discurso próprio da internet. É o caso

do William Bonner, com seu perfil no Twitter “Tio Bonner” ou, ainda, por produzirem conteúdos específicos para espaços *online*, como no caso de Leonardo Sakamoto. A maioria deles faz uma adaptação da linguagem ou cria um espaço de informações específico para abordagem de conteúdo *online*.

Em relação ao tipo de veículo e plataforma utilizada para comunicação, podemos dizer, que, Leonardo Boff, ocupante da nona posição na lista, possui somente *blog* como canal de informações com seu público⁷. Quatro deles, Jean Wyllys⁸, Luis Nassif⁹, Reinaldo Azevedo¹⁰ e Juca Kfoury¹¹, estão inseridos em portais noticiosos tradicionais de grandes empresas de comunicação. Dez, além de estarem em outro canal de informação, também possuem *blogs*. É o caso de Leonardo Sakamoto¹², Rachel Sheherazade¹³, Luis Nassif¹⁴, Paulo Henrique Amorim¹⁵, Eliane Brum¹⁶, Danilo Gentili¹⁷, Olavo de Carvalho¹⁸, Juremir Machado¹⁹, Pablo Vilhaça²⁰ e Marcelo Tas²¹. Outros dois estão inseridos exclusivamente em outros veículos de comunicação que não a internet, como, por exemplo, a televisão e o rádio. É o caso de Ricardo Boechat²², William Bonner²³. Entretanto, mesmo estes últimos

-
- ⁷ BLOG LEONARDO BOFF. Disponível em: <<http://www.leonardoboff.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- ⁸ CARTA CAPITAL. **Colunista Jean Wyllys**. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/colunistas/Jean-Wyllys>>. Acesso em: 29 dez. 2015a.
- ⁹ CARTA CAPITAL. **Colunista Luis Nassif**. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/colunistas/luisnassif>>. Acesso em: 29 dez. 2015b.
- ¹⁰ VEJA. **Blog do Reinaldo Azevedo**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/>>.
- ¹¹ É um cientista social e colunista da Folha de SP e do UOL.
- ¹² BLOG LEONARDO SAKAMOTO. Disponível em: <<http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/>>. Acesso em 29 dez. 2015.
- ¹³ É jornalista do SBT. Possui o *blog* Raquel Sheherazade. Disponível em: <<http://rachelsheherazade.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- ¹⁴ É jornalista colunista da Carta Capital e possui o *blog* Luis Nassif Online. Disponível em: <<http://jornalgn.com.br/blogs/luisnassif>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- ¹⁵ É jornalista do grupo Record. Possui o *blog* Conversa Afiada. Disponível em: <<http://www.conversaafiada.com.br/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- ¹⁶ É jornalista do grupo Globo e possui o *blog* Desacontecimentos. Disponível em: <<http://desacontecimentos.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- ¹⁷ BLOG O NADA MARAVILHOSO MUNDO DE DANILLO GENTILI. Disponível em: <<http://www.danilogentili.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- ¹⁸ BLOG OLAVO DE CARVALHO. Disponível em: <<http://www.olavodecarvalho.org/index.html>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- ¹⁹ BLOG JUREMIR MACHADO DA SILVA. Disponível em: <<http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- ²⁰ BLOG DIÁRIO DE BORDO. Disponível em: <<http://www4.cinemaemcena.com.br/diariodebordo/?author=2>>. Acesso em: 29 dez. 2015.
- ²¹ O apresentador do programa CQC possui o *blog* do Tas. Disponível em: <<http://blogdotas.com.br/>>.
- ²² Jornalista do grupo Bandeirantes de Comunicação.
- ²³ É jornalista da Rede Globo. Apresenta e é editor-chefe do Jornal Nacional. Possui uma conta no Twitter, na qual se autodenomina o Tio Bonner.

possuem ligação com o público de internet por meio das redes sociais. E mais dois são *youtubers* e também possuem *blogs*. É o caso de Cauê Moura e Gregório Duvivier²⁴.

Assim, é possível afirmar que a maioria dos comunicadores, que influenciam a opinião dos entrevistados, possui *blog* e estão inseridos em algum portal de notícias. Assim, podemos dizer que os jornalistas e os veículos de comunicação tradicionais continuam sendo os responsáveis pelo processo de influência na opinião da Multidão e que, aliados a eles, estão esses outros líderes que atuam somente na internet.

Outro ponto interessante para ser analisado é o tipo de produção. A maioria deles não resume seus conteúdos a uma única forma de apresentação da notícia. Trabalham com textos, mas também com vídeos, fotografias e gráficos. Utilizam-se do formato de postagem, mas também fazem entrevistas, debates ou crônicas. E mais: tentam – além de manterem espaços independentes –, estar presente nos meios de comunicação tradicionais. A maioria dos que fazem sucesso na internet também estão presentes na TV, no rádio, no jornal ou em revistas. É a realização efetiva do fenômeno transmídia.

Quando falamos em transmídia, estamos pensando em conteúdos disponibilizados em múltiplas plataformas de comunicação. E, em cada mídia, a informação recebe um tratamento específico, de acordo com suas potencialidades. As redes sociais também contribuem bastante nesse processo transmídia. Quando utilizadas com toda sua potencialidade, é possível criar um tipo de narrativa específica para cada tipo de público, “os dados agregados de registros comportamentais em mídia social *online* oferecem uma oportunidade sem precedentes para investigar minuciosamente a dinâmica detalhada de difusão”²⁵. Abre-se aqui, com as redes sociais, a possibilidade de efetivação de uma comunicação ultradirigida.

Passemos agora a análise dos conteúdos produzidos, para que possamos observar qual a linha editorial e política seguida pelos comunicadores.

Linha editorial e política na cobertura da votação do *Impeachment* da presidenta Dilma

²⁴ É um ator, humorista e roteirista. Se destacou como um dos criadores dos esquetes do Porta dos Fundos, que é um canal do YouTube.

²⁵ ZHANG, Leihan Zhang; ZHAO, Jichang Zhao; KE, Xu. Who creates trends in online social media: The crowd or opinion leaders? In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, dez. 2015. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12145/full>>. Acesso em: 12 jan. 2016.

Os líderes serão analisados em ordem decrescente, começamos pelo que recebeu o maior número de citações e encerramos com o que obteve o menor número. As análises serão concentradas nas publicações dos líderes que ocorreram entre os dias 11 e 17 de abril de 2016, semana em que foi votada a abertura de processo de *Impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, na câmara dos deputados.

Embora esteja concentrada na semana da votação, esta análise não buscará identificar somente as posições dos líderes sobre o tema, podendo espalhar-se para a verificação mais ampla das ideias por eles defendidas. A proposta é de observar a posição assumida pelo comunicador em relação ao impedimento da presidenta, bem como, os argumentos arregimentados para sustentar tal posicionamento.

Iniciaremos com a análise das opiniões do jornalista Leonardo Sakamoto, o comunicador mais citado²⁶. Em seu *blog*, no dia 11 de abril, ele publicou um artigo que versava sobre o processo de *Impeachment*, realizando uma analogia entre o muro construído para o dia da votação, que tinha por objetivo separar os manifestantes pró e contra a presidenta, e a população brasileira com suas divisões.

Por demonstrarem mais do que opiniões pontuais do autor, apontando para a ideologia que transparece em suas manifestações, dois aspectos desta publicação merecem destaque. O primeiro, o posicionamento sobre a condução do país pela presidenta Dilma, que é demonstrado na seguinte afirmação: “governo que, na minha opinião, é incompetente, não sabe fazer política, muito menos gerir a economia e sobre o qual recaem graves denúncias de corrupção”. O segundo, um apoio às lutas de esquerda, quando compara a divisão estabelecida pelo muro de Brasília com a divisão do Brasil entre “pobres” e “ricos”. Neste momento, Sakamoto traz à tona elementos de crítica quanto aos posicionamentos da elite brasileira em relação a problemas já conhecidos do país, como a desigualdade social e a má distribuição de renda. No seu argumento, os “mais ricos” seriam incapazes de fazer uma autocrítica e de perceber a tributação de grandes fortunas como oportunidade para a melhoria das condições de vida dos grupos menos favorecidos.

A reflexão sobre distribuição de renda é tradicionalmente conhecida no Brasil, como uma argumentação dos movimentos de esquerda²⁷. Tais posicionamentos, demonstram uma

²⁶ Ao todo 113 vezes como consta a tabela número 1.

²⁷ O conceito de “esquerda” é bastante polêmico e remete a histórica discussão tanto política quanto acadêmica. Uma das obras que contribui contemporaneamente para o entendimento do conceito trata-se do livro do cientista político Norberto Bobbio, “Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção Política”. Neste livro Bobbio apresenta como sendo uma característica genérica da esquerda a busca pela

postura deste líder de crítica aberta aos setores mais favorecidos economicamente na sociedade brasileira.

Em diferentes momentos de suas publicações, ao longo da semana de votação do *Impeachment* o jornalista se aproximou da pauta das esquerdas, no entanto, a opinião reiterada em seus artigos, referente ao impedimento de Dilma Rousseff, se expressa na seguinte manifestação:

A maior parte do povão, a maioria amorfa em nome do qual tudo isso é feito, mas que raramente se beneficia do grosso do Estado, não foi às ruas nem pró, nem contra o governo. Continua onde sempre esteve: trabalhando pelo bem-estar de uma minoria e assistindo a tudo bestializado pela TV²⁸.

Para Sakamoto, o processo que seria aberto poderia expressar o interesse de alguns grupos específicos da sociedade, mas não o da “maioria”. Seria a representação dos interesses de apenas uma parcela. Para ele, independente de terem sido numerosos os manifestantes que tomaram as ruas contra o governo, estes, não representam globalmente a sociedade brasileira.

Além disso, ele afirma que a TV, assim como em outros tempos, estaria atuando como bestializadora dos indivíduos e não como formadora crítica da população, o que facilitaria a atuação dos grupos envolvidos na disputa para que, independente do resultado, a parcela mais elevada da população ficasse à margem como espectadora.

Dessa forma, percebe-se em Sakamoto uma postura que mescla crítica ao governo de Dilma Rousseff e ao processo de impedimento movido contra ela. Porém, a tônica de seus artigos concentra-se significativamente no distanciamento da maioria da população em deste processo, não sendo representada pelos prós, nem pelos contra *Impeachment*.

Como segundo comunicador mais citado aparece a jornalista Rachel Sheherazade. Apresentadora do jornal “SBT Brasil” ela demonstra perfil ideológico diferente de Sakamoto criticando abertamente movimentos de esquerda e partidos, como PCdoB, PSOL e PT. Esta percepção é possível de ser verificada olhando-se brevemente as publicações realizadas em sua página no *Facebook*²⁹.

Ao longo da semana de votação da abertura do processo de *Impeachment*, na Câmara dos Deputados, ela pouco se manifestou sobre o tema nas redes sociais.

igualdade. A construção de estruturas e sociedades igualitárias prevaleceria entre os diferentes grupos de esquerda.

²⁸ BLOG DO SAKAMOTO. Disponível em: <<http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2016/04/15/impeachment-quando-esta-guerra-acabar-vaosobrar-as-baratas/>>. Acesso em: 11 jul. 2016.

²⁹ FACEBOOK DE RAQUEL SHEHERAZADE. Disponível em: <<https://www.facebook.com/rachelsheherazadejornalista/?fref=ts>>. Acesso em 11 de jul. 2016.

Diretamente ligadas ao momento político vivido foram 7 postagens. A primeira, no dia 16 de abril consistia em um vídeo cômico, composto por montagens de falas da presidenta Dilma Rousseff, tendo de fundo a música “Por quê homem não chora”, de Roni dos Teclados. A montagem do vídeo forma a frase “estou indo embora”, uma analogia em relação à aprovação do impedimento.

Sheherazade fez ainda um post no *Facebook*, no dia 17 de abril de 2016, de uma imagem que assemelha Dilma Rousseff ao ex-presidente Fernando Collor de Mello e mais 5 *posts* no *Twitter*, nos quais, defende abertamente o impedimento de Dilma com tom de comemoração à vitória do “sim” à abertura do processo. No entanto, em nenhuma destas manifestações apresenta argumentos mais profundos que embasem a sua posição.

Dessa forma o que podemos perceber é que Rachel Sheherazade, nas redes sociais, no período analisado, adotou uma sua posição favorável ao *Impeachment* da presidenta Dilma Rousseff. O fato das manifestações analisadas não apresentarem um conteúdo argumentativo nos impede, nesse momento, de aprofundarmos a análise desta comunicadora.

Na terceira posição está o jornalista Ricardo Boechat. Esse comunicador, reconhecido nos meios de comunicação tradicionais, possui uma página oficial no *Facebook*, porém, por problemas operacionais para visualização dos vídeos que lá estão postados a análise se deu a partir dos comentários postados *site* “noticias.band.uol.com.br”. É importante ressaltar que os vídeos postados são todos dos seus comentários na emissora de rádio Band News FM.

Boechat não assume um lado nesta polarização, nem deixa transparecer claramente a sua opinião. Nos vídeos postados, as suas manifestações são sempre no sentido de uma análise crítica dos fatos políticos, em que ele manifesta a sua opinião sobre assuntos pontuais, porém, não expressa se é a favor ou contra o impedimento da presidenta.

No comentário do dia 11 de abril, o jornalista fala sobre a necessidade de pensar no Brasil para além do processo de *Impeachment* discutindo propostas que sirvam para conter a corrupção de maneira genérica em todo o sistema político. O argumento sustentado por ele é o de que, independentemente do desfecho da votação que se daria no domingo, o problema da corrupção não estaria resolvido e medidas mais amplas precisariam ser tomadas.

Nesse sentido, ele fala sobre um projeto de lei de iniciativa popular intitulado: “10 medidas contra a corrupção”. As propostas consistiriam em mudanças na legislação e ações

que deveriam ser adotadas com vistas ao combate à corrupção. Além de defender o projeto, Boechat faz duras críticas à morosidade com que tramitam tais propostas na câmara dos deputados, se comparadas com a velocidade de tramitação do processo de *Impeachment*. Destaca que a mesma mobilização política que estava ocorrendo para punir Dilma Rousseff, deveria ser adotada para a aprovação dessas medidas.

Ainda na perspectiva de uma equalização com o interesse das ruas, o comunicador analisado fez, no dia 13 de abril, um comentário em que compara a crise política vivenciada em 2016 com a de outros momentos históricos como a morte de Getúlio Vargas e de Tancredo Neves e a cassação de Fernando Collor de Mello. Em sua opinião a crise política atual seria a maior de todas elas e o que justificaria tal intensidade seria a participação mais acentuada da sociedade, em função do advento da internet. Para ele as possibilidades dos indivíduos opinarem de forma individual e participarem do debate público seria o principal elemento de potencialização do confronto político.

No dia seguinte, a manifestação do jornalista prosseguiu na tentativa de captação do anseio popular. Com argumento centrado na existência de uma busca por mudança na população, Boechat destacou que as manifestações de junho de 2013 já foram expressão desse descontentamento e que, no atual contexto, independente do manifestante ser pró ou contra *Impeachment* todos esperam mudanças profundas na política nacional.

A partir das manifestações analisadas de Ricardo Boechat é possível perceber que em sua opinião a população estaria inserida no debate sobre o impedimento e que a melhor atitude a ser tomada pela classe política seria a de dar ouvidos a uma espécie de “clamor popular” em busca de mudanças significativas nas práticas de seus representantes.

Dessa forma, enquanto para Leonardo Sakamoto a maioria dos indivíduos da sociedade brasileira estaria distante do debate sobre o impedimento de Dilma Rousseff e alheios ao seu resultado, para Boechat a população estaria sim inserida na discussão, mas teria como sua principal pauta invés do “fica Dilma” ou do “fora Dilma”, a expectativa de mudanças profundas na política nacional.

Após Ricardo Boechat, na quarta colocação aparece Luis Nassif. Ele contribui com o jornal GGN e, no período analisado, apesar de não ter publicado conteúdo escrito com a sua opinião sobre o processo de *Impeachment*, se manifestou a partir de um vídeo³⁰ em que

³⁰ LUIS NASSIF ONLINE. **Hangout de um dia decisivo.** Disponível em: <http://jornalgggn.com.br/noticia/daqui-a-pouco-hangout-de-um-dia-decisivo#.VxL_Kn4X604.facebook.>. Acesso em: 12 jul 2016.

expôs claramente o que pensa sobre o processo, bem como, as motivações que levaram ao momento político vivenciado.

Para Nassif o processo de impedimento é, em essência, um retrocesso da democracia brasileira. Em sua opinião, a aprovação do impedimento representaria a culminação de interesses de alguns grupos políticos para a tomada do poder do Estado, mas não teria um fundamento jurídico que o amparasse. O que representaria uma maneira enviesada de assumir o poder executivo.

O jornalista afirma que dois elementos foram preponderantes para a crise. Primeiramente ele destaca a dificuldade de Dilma Rousseff e das lideranças do Partido do Trabalhadores (PT) na leitura dos tempos atuais e, depois, o segundo elemento seria a perda de controle do governo sobre setores da estrutura do Estado que mereceriam mais atenção pelos riscos que poderiam por ao regime democrático.

Na concepção de Luis Nassif o período do PT na presidência da república, que se iniciou no ano de 2002 com o primeiro governo do ex-presidente Lula, trouxe para o Brasil mudanças significativas. Destacando-se a reestruturação das carreiras de estado, com a abertura de concursos públicos, melhoria dos salários do funcionalismo público federal e também com a ascensão das classes C e D ao mercado de consumo.

Na percepção desse comunicador o Brasil, a partir de 2002, deixou uma perspectiva neoliberal de Estado mínimo³¹ e passou a adotar uma postura mais atuante, com vistas ao desenvolvimento nacional. A ideia de que uma economia de livre mercado seria suficiente para suprir as demandas da sociedade passou a ser substituída pela noção de um Estado mais presente na vida social e garantidor de direitos e benefícios sociais.

Paralela a esta reestruturação teria atuado, também, o poder executivo a partir e 2002, para inserir numa economia de mercado, expressivos contingentes da população brasileira pertencentes às classes menos favorecidas economicamente. Uma das marcas dos governos do PT seria uma redistribuição de renda com importante poder de tornar consumidoras pessoas que, até então, possuíam pouco poder de compra.

É importante destacar que, para Nassif, além da preocupação quanto à inserção no mercado, houve significativa atuação dos governos Lula e Dilma na estruturação de políticas sociais como “Bolsa Família”, “Programa Universidade para Todos – Prouni”, “Programa Nacional Acesso do Ensino Técnico e Emprego – Pronatec” que tiveram como fim a ascensão social de brasileiros que estavam numa situação de exclusão.

³¹ Estado com pouca intervenção na economia e na sociedade.

Nessa perspectiva as pessoas beneficiadas por estas políticas tiveram melhorias significativas em suas condições de vida, o que as levou a perceber a sociedade e a política de maneira diferenciada. Mas o sentimento de gratidão pelas ações do Estado não perduraria eternamente e os contingentes que delas foram beneficiários, perceberam rapidamente que àquelas não eram nada mais do que a obrigação do governo. Lula e Dilma não teriam feito nada mais do que a sua obrigação e mudanças mais profundas passaram a ser exigidas.

Para além desta mudança, que é essencialmente social, Nassif localiza na condução do poder executivo, principalmente nos governos de Dilma Rousseff, um erro fatal que teria resultado na proliferação da crise política. O equívoco cometido consistiria na autonomia concedida a órgãos da estrutura do Estado que, seriam em última instância, subordinados ao poder executivo federal. Estes setores consistiriam, principalmente, no Ministério Público Federal (MPF) e na Polícia Federal.

Esses setores, na medida em que ganharam autonomia em relação ao governo, passaram a atuar em diferentes circunstâncias para desestabilizar Dilma Rousseff. Uma das demonstrações desta atuação seriam os “vazamentos seletivos” de informações sigilosas que prejudicariam, em última instância, o PT e a presidenta da república. Luis Nassif afirma que a crise vivenciada e o risco de retrocesso da democracia seriam de responsabilidade última do MPF e do procurador geral da República Rodrigo Janot. Assim sendo, Luis Nassif posiciona-se de forma contundente contrário ao processo de *Impeachment*.

Nesse sentido está, também, a opinião de Jean Wyllys, deputado federal pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e quinto colocado na lista de comunicadores. Acusando o processo de impedimento de Dilma Rousseff de “golpe”, o parlamentar manifestou-se abertamente na sua página no *Facebook*³² ao longo da semana da votação na Câmara dos Deputados.

Em uma postagem do dia 11 de abril, Wyllys aponta três motivos que o levam a posicionar-se contra. O primeiro argumento está baseado no fato de Eduardo Cunha, então presidente da Câmara e deputado pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) ser a principal liderança que conduzia o processo. O segundo argumento é que na opinião dele, não havia crime de responsabilidade que embasasse o pedido de

³² Disponível em: <<https://www.facebook.com/jean.wyllys/?fref=ts>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

*Impeachment*³³. O terceiro aspecto elencado remete a um possível retrocesso em termos de direitos conquistados, que ocorreria com a saída da presidente e a consequente ascensão de seu vice Michel Temer, também do partido de Cunha.

Por fim, para Jean Wyllys, o *Impeachment* seria basicamente uma construção das elites econômicas e políticas, representadas por partidos como Democratas (DEM), Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e Partido Solidariedade (PS) e patrocinada pelos meios de comunicação social tradicional, que manobriariam com a opinião da população.

Considerações Finais

De acordo com a pesquisa empírica, podemos afirmar que os jornalistas e os veículos de comunicação não foram e parece que nem serão substituídos, mesmo com a ascensão da comunicação via redes sociais, *blogs* e *Youtube*, espaços que não exigem nenhuma regulamentação profissional para publicações. Eles seguem ocupando um espaço privilegiado de informações, seja na rede, seja fora dela, pois, “mesmo o leitor mais ativo ainda é passivo na percepção da luta para produzir a informação capaz de transformá-lo em um sujeito com atividade e autonomia”³⁴.

Assim, os jornalistas continuam sendo os comunicadores nos quais os utilizadores depositam confiança em larga escala. Os veículos de comunicação, de igual maneira. Ambos possuem *expertises* próprias da área, que são capazes de atribuir maior confiabilidade às informações.

Já no que tange a linha editorial e política dos conteúdos produzidos, podemos dizer que não foi por influência dos comunicadores de internet que se efetivou o processo de impedimento da presidenta, visto que, três, dos cinco comunicadores com maior incidência, tinham posições declaradamente contrária ao *Impeachment*, Luis Nassif, Jean Wyllys e Leonardo Sakamoto; Ricardo Boechat, não manifestou posicionamento; e Rachel Sheherazade mostrou posicionamento favorável.

Nesse ponto, podemos pensar que os comunicadores, em tempos de redes sociais, não possuem influência tão forte na formação da opinião pública quanto a que comunicadores possuíam em outros tempos. Essa falta de influência creditamos principalmente a duas questões: maior número de comunicadores presentes na vida social,

³³ O argumento que embasa a acusação contra Dilma Rousseff é o de que ela teria cometido crime de responsabilidade realizando “pedaladas fiscais”, manobras econômicas realizadas no orçamento e que foram assim apelidadas.

³⁴ MALINI, Fábio; AUTOUN, Henrique. **A Internet e a Rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 156.

(conforme citamos no início deste trabalho apareceram 354 nomes diferentes) e pulverização dos meios de comunicação (não temos a audiência concentrada em poucos espaços, mas sim difusa).

Nessa perspectiva, ser conhecido ou ter uma boa audiência na internet não significa ser influente na vida política do país. O poder de incutir posicionamentos é menor. O mesmo não podemos dizer quando analisamos os meios de comunicação tradicionais, que como apontam Sakamoto e Wyllys, continuam tendo forte influência nos processos políticos. Essa influência ocorre pelos poderes políticos e econômicos infiltrados nesses espaços e não pela força ou carisma dos comunicadores presentes neles.

Outro ponto interessante é que, para Boechat e Nassif, a população estaria envolvida ativamente na solicitação de *Impeachment*, já para Sakamoto e Wyllys, não haveria participação popular. Ousamos concordar com os dois últimos. Acreditamos que “a maior parte das pessoas envolvidas no ativismo *online* tem vivência zero em estratégias tradicionais. [...] Falta perspectiva histórica e política para trazer profundidade intelectual ao debate”³⁵. Acreditamos assim, que a maior parte da população não está disposta a adentrar em profundidade nas discussões.

Referências

BOBBIO, Norberto. **Direita e Esquerda: Razões e Significados de uma Distinção Política**. Unesp, São Paulo, 1995.

BLOG DO TAS. Disponível em: <<http://blogdotas.com.br/>>.

CARTA CAPITAL. **Colunista Jean Wyllys**. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/colunistas/Jean-Wyllys>>. Acesso em: 29 dez. 2015a.

_____. **Colunista Luis Nassif**. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/colunistas/luisnassif>>. Acesso em: 29 dez. 2015b.

CONVERSA AFIADA. Disponível em: <<http://www.conversaafiada.com.br/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

DESACONTECIMENTOS. Disponível em: <<http://desacontecimentos.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

DIÁRIO DE BORDO. Disponível em: <<http://www4.cinemaemcena.com.br/diariodebordo/?author=2>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

³⁵ MOROZOV, Evgeny. **O ativismo online é para preguiçosos**. Entrevista para Revista Época. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI120397-15227,00-O+ATIVISMO+ONLINE+E+PARA+PREGUICOSOS.html>>. Acesso em: 13 jan. 2016.

JUREMIR MACHADO DA SILVA. Disponível em:
<<http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

LEONARDO BOFF. Disponível em: <<http://www.leonardoboff.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

LEONARDO SAKAMOTO. Disponível em:
<<http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/>>. Acesso em 29 dez. 2015.

LUIS NASSIF ONLINE. Disponível em: <<http://jornalgggn.com.br/blogs/luisnassif>>.
Acesso em: 29 dez. 2015.

MALINI, Fábio; AUTOUN, Henrique. **A Internet e a Rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MONKEY, Survey. **Tamanho da amostra do questionário**. Disponível em:
<<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size/>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

MOROZOV, Evgeny. **O ativismo online é para preguiçosos**. Entrevista para Revista Época. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI120397-15227,00-O+ATIVISMO+ONLINE+E+PARA+PREGUICOSOS.html>>. Acesso em: 13 jan. 2016.

O NADA MARAVILHOSO MUNDO DE DANILO GENTILI. Disponível em:
<<http://www.danilogentili.com/>>. Acesso em: 29 dez. 2015.

OLAVO DE CARVALHO. Disponível em: <<http://www.olavodecarvalho.org/index.html>>.
Acesso em: 29 dez. 2015.

PINTO, Cândida Martins. A Teoria Fundamentada como método de pesquisa. **Anais do XII Seminário Internacional de letras**. Disponível em:
<<http://www.unifra.br/eventos/inletras2012/Trabalhos/4415.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2014.

VEJA. **Blog do Reinaldo Azevedo**. Disponível em:
<<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/>>.

ZHANG, Leihan Zhang; ZHAO, Jichang Zhao; KE, Xu. Who creates trends in online social media: The crowd or opinion leaders? In: *Journal of Computer-Mediated Communicatio*, dez. 2015. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12145/full>>. Acesso em: 12 jan. 2016.